

Die Wirkungslogik und ihre Bestandteile

verkürzte Wiedergabe des Kapitels 3.2 aus dem „Kursbuch Wirkung“ von Bettina Kurz und Doreen Kubek (PHINEO gAG, 3. Auflage, März 2015)¹

Wirkungslogiken gibt es in verschiedenen Varianten und unter verschiedenen Namen. Bekannt sind hier vor allem die Begriffe „Programmlogik“, „Theory of Change“, „Wirkungsketten“ oder „Logische Modelle“. Gemeinsam ist ihnen ihre Aufgabe, die Funktionsweise eines Projekts schematisch und in vereinfachter Form abzubilden. Im Folgenden wird die Wirkungslogik in Form des sogenannten „Logischen Modells“ (im Englischen: logic model) beschrieben. Dabei handelt es sich um eine der am weitesten verbreiteten Versionen der Wirkungslogik, die für die meisten Projekte nutzbar ist. Für das Verständnis der Wirkungslogik ist es wichtig, die einzelnen Bestandteile zu kennen und zu wissen, wie diese zusammenhängen.

¹ Downloadmöglichkeit unter <https://www.phineo.org/fuer-organisationen/kursbuch-wirkung>



Inputs (Ressourcen)

Die Inputs (Ressourcen) umfassen alle Mittel, die notwendig sind, um das Projekt umsetzen zu können. Dazu gehören in erster Linie die hauptamtlichen und ehrenamtlichen Mitarbeitenden und deren Arbeitszeit, die finanziellen Mittel, die Räumlichkeiten und die für die Projektumsetzung benötigte Ausstattung. Für eine realistische Projektplanung müssen hier alle notwendigen Ressourcen aufgelistet werden. [...]

Outputs (Leistungen)

Die Outputs (Leistungen) umfassen die Angebote und Produkte eines Projekts, also das, was ein Projekt tut beziehungsweise anbietet, sowie die Nutzung der Leistungen durch die Zielgruppe. Dabei lassen sich drei Stufen von Outputs unterscheiden (Stufen 1 – 3 in der Wirkungslogik).

STUFE 1

Die Outputs auf Stufe 1 sind die (zählbaren) Angebote und Produkte eines Projekts, die der Zielgruppe zur Verfügung gestellt werden. [...]

STUFE 2

Nur weil eine Organisation ihre Angebote (Outputs auf Stufe 1) zur Verfügung stellt, bedeutet das noch nicht, dass diese „automatisch“ von der Zielgruppe genutzt werden. Daher wird die Nutzung der Angebote und Produkte durch die Zielgruppe auf der Ebene der Outputs auf Stufe 2 erfasst. [...]

STUFE 3

Die Outputs auf Stufe 3 beinhalten die Zufriedenheit der Teilnehmenden mit den Angeboten und den Produkten. [...]

Von den Outputs (Leistungen) zu den Outcomes und Impacts (Wirkungen)

Der Schritt von den Outputs (Leistungen) zu den Outcomes und Impacts (Wirkungen) ist für den Projekterfolg entscheidend. Daher ist die Unterscheidung zwischen diesen Ebenen für die wirkungsorientierte Projektarbeit sehr wichtig. [...]

[...] Wirkungen [lassen sich] auf der Ebene der Zielgruppe (Outcomes) und Wirkungen auf gesellschaftlicher Ebene (Impacts) unterscheiden. Im Folgenden werden beide im Detail dargestellt:

Wirkungen auf Ebene der Zielgruppe (Outcomes)

Outcomes sind die Wirkungen des Projekts auf Ebene der Zielgruppe(n). Sie verdeutlichen, auf welche positiven Veränderungen bei den am Projekt Teilnehmenden das Projekt abzielt. Die Outcomes untergliedern sich dabei in drei Stufen (Stufen 4 – 6 in der Wirkungslogik):



Wirkungen auf Ebene der Zielgruppe (Outcomes)

STUFE 4

Die Wirkungen auf Stufe 4 der Wirkungslogik beinhalten die Veränderung auf Ebene des Wissens, der Fertigkeiten und der Einstellungen. [...]

STUFE 5

Die Wirkungen auf Stufe 5 der Wirkungslogik bauen auf der vorherigen Outcome-Stufe auf und beschreiben die Veränderungen auf Ebene des Verhaltens und des Handelns der Teilnehmenden. [...]

STUFE 6

Die Wirkungen auf Stufe 6 der Wirkungslogik bauen ihrerseits auf den Outcomes auf Stufe 5 auf. Das veränderte Verhalten bildet die Grundlage für die erwünschten Veränderungen in Hinblick auf die Lebenslage der Teilnehmenden aus der Zielgruppe. [...]

Wirkungen auf Ebene der Gesellschaft (Impact)

STUFE 7

Während sich bei den Outcomes die Wirkungen auf die Zielgruppe(n) des Projekts beziehen, beschreiben die Impacts die erwünschten Veränderungen auf gesellschaftlicher Ebene. Dies sind zum Beispiel Veränderungen der sozialen oder ökonomischen Situation der Gesellschaft. Da der Bezug auf die „Gesamtgesellschaft“ hier in den meisten Fällen weder sinnvoll noch möglich ist, beziehen sich die Impacts meist auf einen Teil der Gesellschaft zum Beispiel die Bevölkerung in einem Stadtteil oder einer Region. [...]

Bei Wirkungen auf Ebene der Impacts müssen die Menschen, die von den Wirkungen profitieren, nicht notwendigerweise in direkten Kontakt mit den Aktivitäten der Organisation gekommen sein. Sie können auch nur mittelbar an sozialen und ökonomischen Veränderungen teilhaben, wie zum Beispiel an den positiven Folgen einer niedrigeren Arbeitslosenquote oder einer verbesserten Wohnqualität im Stadtteil. Das bedeutet gleichzeitig, dass der Einfluss des Projekts auf das Eintreten der Wirkungen auf Impact-Ebene geringer ist als auf die Wirkungen auf Outcome-Ebene. Denn neben dem Projekt beeinflussen noch viele andere Faktoren die Entwicklungen auf gesellschaftlicher Ebene. Daher spricht man auch davon, dass das Projekt zu den Wirkungen auf Impact-Ebene beitragen will, während man auf Outcome-Ebene von den Wirkungen spricht, die durch das Projekt erreicht werden sollen. Auch treten Impacts meist erst nach einiger Zeit ein, sodass sich der kausale Zusammenhang zwischen dem Projekt und dem Impact meist nur mit relativ aufwändigen Methoden nachweisen lässt. [...]



Ab dieser Stufe spricht man von Wirkung



Die Wirkungstreppe

| Inputs Ressourcen | ↑ | ↑ | ↑ | |
|--|---|---|--|--|
| → | Outputs Leistungen | → | Outcomes Wirkungen auf Ebene der Zielgruppen | |
| → | → | → | Impact Wirkungen auf gesellschaftlicher Ebene | |
| „Das, was wir in das Projekt investieren“ | „Das, was wir in unserem Projekt tun bzw. anbieten und wen wir damit erreichen“ | „Das, was wir bei unserer Zielgruppe durch unser Projekt erreichen wollen“ | „Das, wozu wir auf gesellschaftlicher Ebene mit unserem Projekt beitragen wollen“ | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeitende • Ehrenamtliche • Zeit • Geld • Materialien/ Ausstattung • Räumlichkeiten • Projektpartner | <p>1</p> <p>Erbrachte Leistungen: Angebote/Produkte z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Workshops • Dienstleistungen • Printmedien, Ratgeber • Training • Beratung | <p>4</p> <p>Erreichte Personen verfügen über neues Wissen oder neue Fähigkeiten, haben ihre Fähigkeiten gefestigt/verändert, sich eine Meinung gebildet etc.</p> | <p>7</p> <p>Es gibt erwünschte soziale, ökonomische ... Veränderungen für die Gesamtgesellschaft bzw. die Bevölkerung einer bestimmten Region oder eines bestimmten Stadtteils</p> | |
| | <p>2</p> <p>Nutzung der Leistungen durch die Zielgruppe/n</p> | <p>5</p> <p>Es gibt erwünschte Veränderungen im Handeln der erreichten Personen</p> | | |
| | <p>3</p> <p>Zufriedenheit der Teilnehmenden mit dem Angebot</p> | <p>6</p> <p>Die Lebenslage der erreichten Personen wurde in wünschenswerter Weise verändert (finanzielle Situation, soziale Sicherheit etc.).</p> | | |

„Was wir tun“

„Was wir bewirken wollen“